

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DIVISI TICKETING
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DI PT. TUNGGAL TOUR AND TRAVEL PEKANBARU**

Oleh : Cindy Abama Rumengan
Pembimbing : Andi M Rifiyan Arief, SSt, MM. Par
e-mail : c_rahel_mouri92@yahoo.com

Program Studi Usaha Perjalanan Wisata – Usaha Perjalanan Wisata
Prodi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau

Kampus bina widya jl. H.R. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293-
Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRAK

This study aims to determine whether the dimensions of service quality that is tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy influence on consumer satisfaction, PT. Tunggal Tour and Travel and analyze the most dominant factor in influencing customer satisfaction PT. Tunggal Tour and Travel. The population in this study is the customers who come to PT. Tunggal Tour and Travel. Samples were taken of 100 respondents by using the technique of Non-Probability Sampling with Accidental sampling approach, the sampling technique is based on chance, ie, who happened to meet with researchers can be sampled as it sees fit.

Based on the research results, it is obtained the following regression equation: $Y = -3.861 + 0.313 x_1 + 0.318 x_2 + 0.284 x_3 + 0.174 x_4 + 0.108 x_5 + e$. Based on statistical data analysis, the indicators in this study are valid and variables are reliable. In the classical assumption test, regression models multikolonieritas free, does not occur heteroscedasticity, and normal distribution. Individual sequence of each of the most influential variable is the variable responsiveness with regression coefficient of 0.318, and reliability with a regression coefficient of 0.313, followed by empathy with a regression coefficient of 0.284, and the assurance with regression coefficient of 0.174 whereas the most influential variable tangibles with a low regression coefficient is 0.108. PT. Single Tour and Travel needs to maintain the elements that have been considered good by customers as well as the need memperbaiki that are still lacking.

Key words: quality of service, tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy, customer satisfaction.

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini peranan sektor pariwisata terasa sangat penting dalam pembangunan ekonomi hal ini menjadikan pariwisata sebagai sektor unggulan untuk memperoleh devisa bagi negara, penciptaan lapangan kerja maupun pengetasan kemiskinan. Di Indonesia “Ilmu Pariwisata “ baru saja lahir secara formal setelah melalui proses yang panjang. Kelahirannya ditandai dengan keluarnya surat dari Dirjen Dikti Depdiknas No. 947/D/T/2008 dan 948/D/T/2008, yang ditunjukkan kepada menteri kebudayaan dan pariwisata, yang secara eksplisit menyebutkan bahwa Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi dapat menyetujui pembukaan jenjang program Sarjana (S1) pada STP Bali dan STP Bandung.

Surat Dirjen Dikti Depdiknas No.947/D/T/2008 menyatakan persetujuan Dikti atas pembukaan program S1 di STP Bali dalam program Studi Bisnis Hospitality ; sedangkan surat No. 948/D/T/2008, dengan tanggal yang sama mengizinkan pembukaan program S1 pada STP Bandung dalam Program Study (1) Destinasi Pariwisata ; (2) Akomodasi dan Cathering ; dan (3) Industri Perjalanan Wisata. Dengan diizinkan pembukaan Program Studi Jenjang Sarjana (Akademik) ini juga berarti ada pengakuan secara formal bahwa pariwisata adalah sebuah disiplin ilmu yang sejajar dengan disiplin – disiplin ilmu lain.

Menurut kamus Glosari Pariwisata Kontemporer dalam buku pengaturan hukum kepariwisataan Indonesia karangan Violetta Simatupang (2009 : 25) istilah pariwisata berarti semua

proses yang timbul oleh arus perjalanan lalu lintas orang – orang dari luar atau asing yang datang dan pergi dari dan ke suatu tempat, daerah, atau Negara dan segala sesuatunya yang ada hubungan dengan proses tersebut seperti transportasi, makan – minum, akomodasi, objek menarik, hiburan atraksi serta jasa pelayanan lainnya.

Travel Agent menduduki tempat yang amat penting dalam industri pariwisata hal ini dapat dikatakan Travel Agent sebagai katalisator untuk pembangunan daerah – daerah baru sebagai daerah tujuan wisata. Karena itu peranannya dalam sektor perekonomian cukup berarti, terutama bagi daerah tujuan wisata yang sering dikunjungi oleh wisatawan. Selain itu travel agent sendiri juga dapat menjadi penghubung antara wisatawan sebagai konsumen disatu pihak dan pengusaha industri pariwisata sebagai produsen di lain pihak.

Sekarang ini tour and travel dapat dikatakan sudah berkembang dengan pesat hal ini dilihat dari begitu banyak perusahaan tour and travel yang mudah sekali kita temui. Seiring meningkatnya jumlah tour and travel yang ada di Indonesia maka persaingan sesama pelaku bisnis pun semakin meningkat. Hal ini menyadarkan para pelaku bisnis di bidang tour and travel bahwa produk dengan harga yang murah saja tidaklah cukup karena begitu banyaknya para kompetitor yang juga dapat memberikan harga yang jauh lebih murah.

Pelanggan sadar betul bahwa dengan begitu banyaknya pelaku bisnis di bidang tour and travel, maka mereka dengan mudahnya mendapatkan produk

dengan harga yang jauh lebih murah. Dan kini bukan lagi harga murah yang menjadi penentu seseorang untuk membeli tetapi tentang kualitas pelayanan terbaik yang dapat diterima pelanggan dari suatu perusahaan. Sehingga pelanggan menginginkan para pelaku bisnis juga dapat memberikan kualitas pelayanan terbaik yang menjadi harapan para pelanggan sekarang ini.

Pada saat sekarang ini keinginan para pelanggan untuk mendapatkan kualitas pelayanan yang terbaik semakin besar, perusahaan yang ingin tetap eksis dan unggul harus mampu untuk dapat memberikan apa yang sudah menjadi tuntutan para pelanggan. Di zaman sekarang ini perusahaan diharapkan bukan hanya mampu memberikan pelayanan yang baik saja tetapi juga berkualitas. Untuk dapat memenuhi harapan para pelanggan, perusahaan diharapkan selalu membenah diri dan tidak cepat puas terhadap pelayanan yang telah mereka berikan kepada pelanggan. Penting pemberian pelayanan yang diberikan perusahaan menentukan kelangsungan hidup perusahaan tersebut kelak. Pemberian pelayanan begitu penting karena akan dirasakan langsung oleh para pelanggan sehingga bagi pelanggan yang mendapatkan pelayanan yang berkualitas akan meninggalkan kesan yang berarti di hati para pelanggannya.

Kualitas pelayanan dibidang jasa khususnya untuk perusahaan tour and travel sudah tentu menjadi prioritas utama untuk kelangsungan hidup perusahaan, hal ini dikarenakan kualitas pelayanan jasa dirasa mampu untuk mendorong pangsa pasar perusahaan kedepannya. Suatu perusahaan yang telah memberikan kualitas pelayanan yang sesuai atau bahkan melebihi

harapan pelanggannya sudah dapat dikatakan mampu memberikan kepuasan bagi pelanggannya.

Kuncinya dari kepuasan pelanggan adalah dapat menyesuaikan apa yang menjadi harapan pelanggan terhadap kinerja perusahaan. Menurut Amin Widjaja Tunggal (2008 : 24) dalam buku *Customer Relationship Management* mengatakan kepuasan secara umum adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan.

2. Rumusan Masalah

Dari fenomena yang telah dikemukakan pada latar belakang tersebut, maka dapat diuraikan perumusan masalah dalam penelitian ini adalah **“Bagaimanakah Pengaruh Kualitas Pelayanan Divisi Ticketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. Tunggal Tour And Travel Pekanbaru”**.

3. Batasan Masalah

Penulis hanya membahas tentang Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan yang diberikan kepada Pelanggan yang membeli tiket Di PT. Tunggal Tour and Travel Pekanbaru yang datang membeli secara langsung. **Tujuan dan Manfaat Penelitian**

B. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

A. Tujuan penelitian

- 1) Untuk mengetahui kualitas pelayanan divisi ticketing yang selama ini telah diberikan oleh PT Tunggal Tour and Travel.

- 2) Untuk mengetahui kepuasan pelanggan yang dimiliki PT. Tunggal Tour and Travel selama ini.

Manfaat Penelitian

1) Bagi perusahaan

a) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan dalam memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan konsumen bagi PT. Tunggal Tour and Travel.

b) Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu PT. Tunggal Tour and Travel untuk menilai kualitas pelayanan dalam memuaskan konsumen yang telah diberikan selama ini.

2) Bagi penulis

a) Merupakan bahan tambahan dan informasi bagi penulis untuk mengetahui lebih jauh tentang kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

b) Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan informasi dan data sekunder bagi kalangan Akademis lainnya yang akan melaksanakan penelitian dalam kasus yang sama

3) Bagi peneliti selanjutnya

a) Diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti dengan judul yang sama.

b) Diharapkan dapat menjadi bahan masukan atau tambahan informasi untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti dengan judul yang sama.

TINJAUAN TEORI

A. KUALITAS PELAYANAN

Pengertian kualitas pelayanan menurut Wyckop yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2008 : 59)

mengemukakan bahwa : Kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Parasuraman dalam Rambat Lupioadi dan A. Hamdani (2008 : 180) mengemukakan bahwa : Kualitas pelayanan merupakan ukuran penilaian menyeluruh atas tingkat suatu pelayanan yang baik, kualitas pelayanan (*service quality*) sebagai hasil persepsi dari perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual pelayanan.

B. KUALITAS

Menurut Garvin dan Davis dalam Nasution (2004 : 41) menyatakan, bahwa kualitas adalah kondisi dinamis lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

Dalam buku total quality management karangan Vincent Gaspersz (2005 : 4) mengatakan definisi kualitas adalah menggambarkan karakteristik langsung dari suatu produk seperti performansi, keandalan, mudah dalam penggunaan, estetika dan sebagainya. Menurut Juran dalam Vincent

C. PELAYANAN

Menurut Kotler dalam buku Dinamika Pemasaran karangan Hendrawan Supratikno (2009 : 11) mengatakan pelayanan merupakan aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak, yang tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.

Menurut Edy Soeryatno Soegito (2007 : 152) mengemukakan bahwa: “Pelayanan (*service*) adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.

D. PENGERTIAN JASA

Pengertian jasa (*service*) sebagai suatu hasil product dari kegiatan hubungan timbal balik antara producer dan customer dengan melalui beberapa kegiatan internal, producer dapat memenuhi kebutuhan customer dalam bentuk kepuasan menurut Oka dalam buku Pemasaran Pariwisata (1996 : 70).

Ahli pakar pemasaran yang terkenal Philip Kotler dalam buku Pemasaran Pariwisata karangan Oka (1996 : 71) mengatakan batasan tentang service sebagai berikut : a service is any activities or benefit that one party can offer to another, that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything. Its production may or may not be tied to a physical product.

E. KEPUASAN PELANGGAN

Menurut Amin Widjaja Tunggal (2008 : 24) dalam buku Customer Relationship Management mengatakan respon berupa perasaan puas yang timbul karena perjalanan mengkonsumsi suatu produk atau layanan atau sebagian kecil dari pengalaman itu.

Menurut Hendrawan Supraktikno (2009 : 13) kepuasan

konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan atau *received* sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. Dalam buku Perilaku Konsumen karangan John C Mowen (2002 : 89) mengatakan kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya.

METODOLOGI PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

A. Desain Penelitian

Menurut Sugiyono (2014 : 616) Metode penelitian Kombinasi “Concurrent Embedded” dapat diartikan sebagai metode penelitian yang menggabungkan dua metode di mana pada penelitian kali ini metode kuantitatif sebagai metode primer dan metode kualitatif sebagai metode sekunder. Dengan demikian judul penelitian cenderung pada judul penelitian kuantitatif. Data kualitatif yang diperoleh digunakan untuk melengkapi data kuantitatif. Dari judul yang peneliti teliti kualitas pelayanan sebagai (X) variable independen dan kepuasan pelanggan sebagai (Y) variable dependen.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di PT. Tunggal Tour and Travel yang berlokasi di Jalan Arifin Ahmad No. 8 Pekanbaru. Rencana waktu pra penelitian dimulai dari bulan November 2013 hingga Februari 2014. Alasan penulis melakukan penelitian di PT. Tunggal Tour and Travel yaitu penulis ingin mengetahui penyebab terjadinya kenaikan jumlah tiket di PT. Tunggal Tour and Travel dimana menurut

penulis hal ini berkaitan dengan adanya kualitas pelayanan yang dapat memuaskan keinginan pelanggan yang dimiliki PT. Tunggal Tour and Travel ini.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dirumuskan sebagai “semua anggota sekelompok orang kejadian atau objek yang telah dirumuskan secara jelas atau sekelompok lebih besar yang menjadi sasaran generalisas (Furchan. 2005 : 193). Populasi didalam penelitian ini

adalah mencakup seluruh pelanggan yang datang membeli tiket Garuda di PT. Tunggal Tour and Travel Pekanbaru.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri – ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Sampel dapat didefinisikan sebagian anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi Nanang Martono (2011 : 74).

a. Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala (Ukuran)	Teknik Pengumpulan Data
KUALITAS PELAYANAN	Reability	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan pelayanan yang akurat - Memberikan informasi yang benar. - Keramahan karyawan dalam pelayanan. - Solusi penanganan keluhan pelanggan.- - Kerapihan karyawan dalam berpakaian 	Likert	Kuisisioner dan wawancara
	Responsive ness	<ul style="list-style-type: none"> - Karyawan cepat tanggap dalam memberikan pelayanan di tiket - Karyawan tidak pilih – pilih pelanggan - Karyawan tidak meremehkan pelanggan - Petugas cepat tanggap dalam memberikan informasi dengan tepat - Petugas cepat tanggap dalam menangani keluhan pelanggan. 		
	Assurances	<ul style="list-style-type: none"> - Pengetahuan karyawan tentang ticketing. - Kemampuan petugas berkomunikasi dengan baik kepada para pelanggan. - Kesopanan karyawan dalam 		

		<p>memberikan pelayanan.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Keterampilan karyawan dalam melayani pelanggan - Tanggung jawab karyawan jika terjadi kesalahan kepada pelanggan. 		
	Emphaty	<ul style="list-style-type: none"> - Perhatian individual kepada pelanggan - Pendekatan karyawan kepada pelanggan - Mengutamakan kepentingan pelanggan. - Pemahaman kebutuhan pelanggan - Kontak karyawan dengan pelanggan 		
	Tangibles	<ul style="list-style-type: none"> - Ketersedian ruang tunggu di PT. Tunggal tour and Travel. - Kebersihan di lingkungan PT. Tunggal Tour and Travel. - Kelengkapan fasilitas di PT. Tunggal Tour and Travel. - Pemeliharaan fasilitas PT. Tunggal Tour and Travel. <p>Pengaturan tempat duduk pelanggan di PT. Tunggal Tour and Travel.</p>		
KEPUASAN PELANGGAN		<ul style="list-style-type: none"> - Kualitas produk yang ditawarkan di PT. Tunggal Tour and Travel sesuai 		

		<p>dengan harapan konsumen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Harga tiket di PT. Tunggal Tou and Travel sesuai dengan harga yang tertera di Web search. - Kualitas pelayanan yang diberikan PT. Tunggal Tour and Travel sesuai dengan harapan konsumen - Faktor kedekatan antara karyawan dan pelanggan terjalin dengan baik - Adanya biaya yang hemat dan kemudahan dalam mendapatkan dan proses pembayaran tiket. 		
--	--	---	--	--

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Profil Umum Dan Identitas Responden

1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
2. Profil Responden Berdasarkan Umur
3. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan

Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan

Berikut ini adalah hasil dari Kualitas Pelayanan di PT. Tunggal Tour and Travel yang didapat dari hasil lapangan

1. Realibility kemauan untuk memberikan secara tepat dan benar, jenis pelayanan yang telah dijanjikan kepada pelanggan atau konsumen. dari hasil fakta lapangan presentase didapatkan hasil sebesar 3,52 %.
2. Responsiveness kesadaran atau keinginan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat. dari hasil fakta lapangan presentase didapatkan hasil sebesar 3,78 %.
3. Assurance ppengetahuan atau wawasan, kesopansantunan, kepercayaan diri dari pemberi layanan, serta respek terhadap pelanggan. dari hasil fakta lapangan presentase didapatkan hasil sebesar 3,60 %.
4. Emphaty kemauan pemberi layanan untuk melakukan pendekatan, memberikan perlindungan, serta berusaha untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan pelanggan, dari hasil fakta lapangan presentase didapatkan hasil sebesar 3,62 %.
5. Tangible penampilan apara pegawai dan fasilitas fisik lainnya seperti peralatan atau perlengkapan yang

menunjang pelayanan, dari hasil fakta lapangan presentase didapatkan hasil sebesar 3,46 %.

Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berikut ini adalah hasil dari Kepuasan Pelanggan di PT. Tunggal Tour and Travel yang didapat dari hasil lapangan

Dari hasil yang diperoleh di lapangan tingkat kepuasan pelanggan yang di rasakan pelanggan PT. Tunggal Tour and Travel ada di tingkat yang memuaskan yaitu dengan point 3,66 %.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari hasil yang diperoleh didapatkan bahwa variabel Responsiveness dan Empathy memiliki pengaruh yang paling besar dalam pembentukan kepuasan pelanggan yaitu 0,174 untuk responsiveness dan 0,284 untuk empathy .

PENUTUP

Berdasarkan pada hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan pada penelitian ini, didapat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -3,861 + 0,313 x_1 + 0,318 x_2 + 0,174 x_3 + 0,284 x_4 + 0,108 x_5 + e$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat diketahui bahwa koefisien dari persamaan regresi adalah positif. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel bukti fisik (X1) memiliki koefisien regresi sebesar 0,313 (bertanda positif) terhadap kepuasan konsumen (Y) dan nilai t-hitung sebesar 1,545 dengan tingkat signifikansi 0,126 (< 0.05). Hal ini berarti bahwa bukti fisik (X1) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y). Dengan demikian Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa bukti fisik (X1) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dapat diterima.

2. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel kehandalan (X2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,317 (bertanda positif) terhadap kepuasan konsumen (Y) dan nilai t-hitung sebesar 4,422 dengan tingkat signifikansi 0,000 (< 0.05). Hal ini berarti bahwa kehandalan (X2) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y). Dengan demikian Hipotesis dua yang menyatakan bahwa kehandalan (X2) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dapat diterima.

3. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel daya tanggap (X3) memiliki Koefisien regresi sebesar 0,161 (bertanda positif) terhadap kepuasan konsumen (Y) dan nilai thitung sebesar 1,625 dengan tingkat signifikansi 0,108 (< 0.05). Hal ini berarti bahwa daya tanggap (X3) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y). Dengan demikian Hipotesis 3 yang menyatakan bahwa daya tanggap (X3) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dapat diterima.

4. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel jaminan (X4) memiliki koefisien regresi sebesar 0,393 (bertanda positif) terhadap kepuasan konsumen (Y) dan nilai t-hitung sebesar 3,670 dengan tingkat signifikansi 0,000 (< 0.05). Hal ini berarti bahwa jaminan (X4) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y). Dengan demikian Hipotesis 4 yang menyatakan bahwa jaminan (X4) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dapat diterima.

5. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel kepedulian (X5) memiliki koefisien regresi sebesar 0,147 (bertanda positif) terhadap kepuasan konsumen (Y) dan nilai t-hitung sebesar 1,610 dengan tingkat signifikansi 0,111 (< 0.05). Hal ini berarti bahwa kepedulian (X5) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y). Dengan demikian Hipotesis 5 yang menyatakan bahwa kepedulian (X5) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dapat diterima.

6. Nilai Adjusted R square diperoleh sebesar 0,921. Hal ini berarti bahwa 92,1% kepuasan konsumen (Y) dapat dijelaskan oleh variabel bukti fisik (X1), kehandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), dan kepedulian (X5). Sedangkan 7,9% dapat dijelaskan oleh sebab-sebab lainnya.

2. Saran

1. Dalam kaitannya dengan jaminan, PT. Tunggal Tour and Travel perlu meningkatkan jaminan. Jaminan yang diberikan oleh PT. Tunggal Tour and Travel sudah cukup baik, perlu ditingkatkan dan dipertahankan. keramahan karyawan dan staf, karena sikap karyawan yang ramah akan membuat konsumen merasa senang dan nyaman dalam menerima pelayanan yang diberikan
2. Dalam kaitannya dengan bukti fisik, PT. Tunggal Tour and Travel perlu untuk melakukan beberapa renovasi pada bangunan, yaitu dengan mengecat ulang bangunan dan memperbaiki bagian bangunan yang rusak, merubah sebagian interior bangunan juga perlu dilakukan agar lebih bagus dan menarik. Selain itu interior juga perlu dilakukan penataan ulang.
3. Dalam kaitannya dengan daya tanggap, daya tanggap yang diberikan oleh karyawan dan staf sudah cukup bagus, ini perlu untuk ditingkatkan, upaya ini dapat dilakukan dengan cara karyawan PT. Tunggal Tour and Travel harus cepat tanggap terhadap keinginan konsumen yaitu harus adanya karyawan yang selalu siap sedia di kantor sehingga ketika konsumen membutuhkan bantuan bisa ditangani secepat mungkin, tanpa harus menunggu lama
4. Dalam kaitannya dengan kehandalan, kehandalan karyawan dalam melayani konsumen dirasa sudah cukup baik, perusahaan harus mampu mempertahankan jika perlu lebih ditingkatkan lagi. Prosedur pelayanan juga diharapkan tidak berbelit-belit.

Meningkatkan keterampilan dan pengetahuan karyawan dengan memberikan pelatihan, sehingga karyawan dapat dengan cepat dan tepat dalam melayani kosumen.

5. Dalam kaitannya dengan kepedulian, kepedulian yang diberikan oleh karyawan kepada konsumen sudah cukup baik, dan ini harus dipertahankan dan ditingkatkan dengan cara karyawan harus lebih peka terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen.

6. Kualitas pelayanan perlu diperhatikan oleh pihak PT. Tunggal Tour and Travel, karena semakin baik kualitas pelayanan di mata konsumen maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang diinginkan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abddulah, Thamrin. 2012. *Manajemen Pemasaran*. PT RajaGravindo Persada. Jakarta.
- Abdul Majid, Suharto. 2011. *Customers Service Dalam Bisnis Jasa Transportasi*. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Bisnis, Berbasis Hasil Penelitian*. Alfabeta. Bandung.
- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. ALFABETA. Bandung.
- Irawan, Handi. 2004. *10 Prinsip kepuasan pelanggan*. ElexMedia Komputindo. Jakarta.
- Koeswara, Sonny. 1995. *Pemasaran Industri*. Djambatan. Jakarta.

- Tunggal , Amin Widjaja. 2008.
*Customer Relationship
Management*. Harvindo. Jakarta.
- Barata, Atep Adya. 2004. *Dasar-dasar
Pelayanan Prima*. Elex Media
Komputindo. Jakarta.
- Lupiyoadi Rambat-A.Hamdani. 2008.
Manajemen Pemasaran Jasa.
Penerbit Salemba Empat.
Jakarta.